

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia lembaga keuangan dapat dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu lembaga keuangan Bank dan lembaga keuangan non Bank. Mengenai lembaga keuangan bank atau perbankan, Menurut undang-undang no. 10 tahun 1998, perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Sekarang ini pertumbuhan perbankan di Indonesia sangatlah cepat, sehingga membawa perekonomian Indonesia semakin berkembang. Sektor perbankan sangatlah berperan dalam memobilisasikan dana masyarakat untuk berbagai tujuan mengalami peningkatan yang sangat besar. Dahulu sektor perbankan tersebut tidak lebih hanya sebagai fasilitator kegiatan pemerintah dan beberapa perusahaan besar, dan kini telah berubah menjadi sektor yang sangat berpengaruh bagi perekonomian.

Sistem perbankan di Indonesia itu sendiri diatur dalam UU No. 7 tahun 1992 (diubah dengan UU No. 10 tahun 1998) tentang perbankan bahwa perbankan di Indonesia terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu Bank umum dan Bank perkreditan rakyat.¹ Yang masing-masing dapat melakukan kegiatan usaha konvensional ataupun kegiatan usaha berdasarkan prinsip

¹ Ascarya, “*Akad dan Produk Bank Syariah*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

syariah. Sedangkan lembaga keuangan non Bank itu antara lain berbentuk koperasi, asuransi dan yang lainnya yang melakukan kegiatan usahanya dalam bentuk konvensional maupun syariah.

Tetapi belakangan ini di Indonesia masih marak-maraknya bermunculan lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank yang berprinsip syariah. Dan berbicara mengenai lembaga keuangan syariah di Indonesia, perkembangannya ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1 November 1991. Kehadirannya memberikan inspirasi untuk membangun kembali sistem keuangan yang lebih menyentuh kalangan bawah (*grass root*). Semula harapan ini hanya bertumpu pada BMI. Namun harapan ini terhambat oleh UU perbankan, karena usaha kecil/mikro tidak mampu memenuhi prosedur perbankan yang telah dibakukan oleh UU. BMI sebagai Bank umum terkendala dengan prosedur ini. Meskipun misi keumatannya cukup tinggi, namun realitas dilapangannya mengalami banyak hambatan, baik dari segi prosedur, plafon pembiayaan maupun lingkungan bisnisnya.

Untuk memberikan pelayanan yang lebih baik luas kepada masyarakat bawah, dibentuklah BPRS. Nama perkreditan sesungguhnya tidak tepat, karena Bank Islam tidak melayani perkreditan tetapi pembiayaan, sehingga penggunaan nama perlu dipertimbangkan. Istilah perkreditan menjadikan makna pembiayaan menjadi kabur. Harapan kepada BPRS, menjadi sangat besar, mengingat cakupan bisnis bank ini lebih kecil. Namun sungguhpun demikian, dalam realitasnya sistem bisnis BPRS juga

terjebak pada pemusatan kekayaan hanya pada segelintir orang, yakni para pemilik modal. Komitmen untuk membantu meningkatkan derajat hidup masyarakat bawah mengalami kendala baik dari sisi hukum maupun teknis. Dari sisi hukum, prosedur peminjaman Bank umum dan BPRS sama, begitu juga dari sisi teknis. Padahal inilah kendala utama pengusaha kecil, sehingga harapan besar pada BPRS hanya menjadi idelita.²

Dari persoalan diatas, mendorong munculnya keuangan syariah alternatif. Yakni sebuah lembaga yang tidak saja berorientasi bisnis tetapi juga sosial. Juga lembaga yang tidak melakukan pemusatan kekayaan pada sebagian kecil orang pemilik modal (pendiri) dengan penghisapan pada mayoritas orang, tetapi lembaga yang kekayaannya terdistribusi secara merata dan adil. Lembaga yang terlahir dari kesadaran umat dan “ditakdirkan” untuk menolong kelompok mayoritas yakni pengusaha kecil/mikro. Lembaga yang tidak terjebak pada permainan bisnis untuk keuntungan pribadi, tetapi membangun kebersamaan untuk mencapai kemakmuran bersama. Lembaga yang tidak terjebak pada pikiran pragmatis tetapi memiliki konsep idealis yang istiqomah. Lembaga tersebut adalah Baitul Maal Wa Tamwil (BMT).³

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan.

²Muhammad Ridwan, “*Manajemen Baitu Maal Wa Tamwil (BMT)*”, Yogyakarta: UII Press, 2004. h. 72

³*Ibid.*, h. 73

Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan Bank. Karena BMT bukan Bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.⁴

Perlu dimengerti hingga sekarang ini di tahun 2011 di daerah Kecamatan Kaliwungu terdapat 5 lembaga keuangan dalam bentuk syari'ah. Diantaranya 4 lembaga yang berbentuk BMT (*Baitul Maal wal Tamwil*) dan 1 pegadaian syariah. Dari 4 lembaga yang berbentuk BMT di kaliwungu, BMT "Robbani" salah satunya, BMT "Robbani" yang menjadi salah satu lembaga keuangan non Bank juga mempunyai tujuan yang sama dengan BMT-BMT lainnya yaitu sebagai lembaga untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

BMT "Robbani" menjadi BMT yang paling eksis dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai BMT. Di BMT tersebut sampai saat ini selalu mengalami peningkatan nasabah dari tahun ketahun. Seperti dalam tabel berikut ini:

⁴*Ibid.*, h. 126

Tabel 1.1**Jumlah nasabah terhitung 3 tahun kebelakang**

Tahun	Jumlah Nasabah
2008	1810 orang
2009	1950 orang
2010	2100 orang

Sumber: data BMT Robbani

Produk merupakan keseluruhan konsep objek/proses yang memberikan sejumlah nilai pada konsumen.⁵ Keragaman produk (Features), dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subyektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.⁶

Etika adalah sebagai ajaran baik-buruk, benar-salah, atau ajaran tentang moral khususnya dalam perilaku dan tindakan-tindakan ekonomi, bersumber terutama dari ajaran agama.⁷ Dengan itu, maka etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat paling percaya, kejujuran, dan keadilan, sedangkan antara pemilik perusahaan dan karyawan berkembang sangat

⁵Rambat lupiyoadi dan A. Hamdani, “*Manajemen Pemasaran Jasa*”, Jakarta: Salemba Empat 2006. h. 70

⁶*Ibid.*, h. 176

⁷Johan Arifin, “*Fiqih Perlindungan Konsumen*”, Semarang: Rasail Semarang, 2007. h.64

kekeluargaan.⁸ dalam contohnya, beberapa kiat dan etika Rasulullah dalam membangun citra dagangnya adalah sebagai berikut: penampilan , pelayanan, persuasi, pemuasan.⁹

Maka dari itu, menurut A. Hanafi dan Hamid Salam, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al Qur'an dan Hadits, yang bertumpu pada 6 prinsip, terdiri dari kebenaran, kepercayaan,, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.¹⁰

Dari observasi penulis dapat diidentifikasikan keragaman produk yang ada di BMT “Robbani” berbeda dengan yang lain di beberapa BMT di Kaliwungu yang keragaman produknya sangat sederhana. Sedangkan mengenai etika bisnis Islam, BMT “Robbani” itu performensinya kurang sepiantasnya dengan apa yang disebut etika bisnis Islam, tetapi kenapa yang menjadi nasabah di BMT “Robbani” ini terus meningkat. Sehingga perlu dikaji permasalahan ini.

Dari observasi awal yang penulis telah lakukan, penulis disini ingin mengambil judul : “ Pengaruh keragaman produk dan etika bisnis Islam terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT “ Robbani” Kaliwungu.”

⁸*Ibid.*, h. 66

⁹Muhammad, “*Etika Bisnis Islami*”, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002. h. 102

¹⁰ Johan Arifin, *op. Cit.*, h. 74

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh dari keragaman produk di BMT “Robbani” terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT “Robbani”?
2. Seberapa besar pengaruh dari etika bisnis Islam terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT “Robbani”?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan mengetahui secara empiris seberapa besar pengaruh dari keragaman produk di BMT “Robbani” terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT “Robbani”?
2. Untuk menguji dan mengetahui secara empiris seberapa besar pengaruh dari etika bisnis Islam terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT “Robbani”?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menambah informasi yang bermanfaat bagi pembaca yang berkepentingan dan sebagai salah satu sumber referensi bagi pembaca dalam mengatasi permasalahan yang sama.

2. Untuk menambah informasi bagi BMT yang mungkin dapat meningkatkan pelayanan di dalam pelayanan yang bermanfaat bagi nasabah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan, penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

Bab I yang berjudul PENDAHULUAN berisi sub bab: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tujuan dan Kegunaan, dan Sistematika Penelitian.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA, berisi Tinjauan pustaka, Penelitian terdahulu, Kerangka Pemikiran Penelitian, Hipotesis.

Bab III METODE PENELITIAN berisi sub bab variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metodologi pengumpulan data, variabel penelitian dan pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN berisi sub bab mengenai gambaran umum BMT Rabbani gambaran umum responden, persebaran data responden, penyajian dan penjelasan hasil estimasi data.

Bab V PENUTUP berisi sub bab kesimpulan-kesimpulan dari serangkaian pembahasan dan saransaran dari penulis.